

Wimdu attackiert mit “Mehr für Weniger”-TV-Spot die Hotelbranche

28 MAI 2015

Deutlich mehr Platz und Komfort für durchschnittlich 50 Prozent weniger Geld als im Hotel – mit 1. Juni startet der Online-Wohnungsvermittler Wimdu seine neue TV-Kampagne. Das Ziel: Die Vorzüge von Privatapartments gegenüber Hotelzimmern noch intensiver hervor zu heben und das Rekordwachstum von Wimdu weiter zu beschleunigen.

Berlin, 28. Mai 2015 (RCKT) - Wohnungsvermittler Wimdu.de startet pünktlich zur Sommersaison mit einem pikanten TV-Spot. Die zentrale Aussage: Privatunterkünfte bieten bei enormer Kostenersparnis deutlich mehr Platz, Komfort und ein authentischeres Urlaubserlebnis als vergleichbare Hotelangebote.

Pro-Privatunterkünfte-Spot läuft neben Deutschland in halb Europa

Entstanden ist der brandneue Spot, der vom In-House Brand Department von Wimdu mit Unterstützung der Hamburger Produktionsfirma 27km entwickelt wurde, erst vor gut zwei Wochen in Lissabon. Neben Deutschland (u.a. Pro7, Sat1, N24, Eurosport) ist Wimdu mit der Kampagne unter anderem auch in Italien und Spanien oder Österreich vertreten. Der Spot wird in zwei Varianten ausgestrahlt: einmal liegt der Fokus auf Familien, einmal auf Geschäftsreisenden.

Privatwohnungen im Schnitt 50 Prozent billiger als Hotels

„Wir unterstreichen mit dieser TV-Werbung ganz klar die Vorteile von privaten Stadtwohnungen gegenüber dem Angebot von Hoteliers. Wimdu hat dafür gewichtige Argumente und Zahlen vorliegen und die bringen wir gezielt ins Rennen“, so Chief-Brand-Officer (CBO) Ineke Paulsen. Besonderes streicht Paulsen hier die Ersparnis gegenüber klassischen Hotels von durchschnittlich 50 Prozent hervor. „Unser erster TV-Spot in diese Richtung hat uns bereits Rekordbuchungen beschert, jetzt legen wir noch einmal einen echten Gang zu.“ Ermittelt hat Wimdu den Wert erst dieses Jahr in Zusammenarbeit mit dem angesehenen Marktforschungsinstitut GfK.

Wimdu hilft bei deutlich mehr Leistung einiges an Urlaubsgeld sparen CBO Ineke Paulsen fühlt sich auf dem eingeschlagenen Weg also gleich doppelt bestätigt: „Nicht nur unsere eben angesprochenen starken Zahlen, sondern vor allem der wahnsinnig starke Trend zur Kategorie Ferienwohnungen und Sharing Economy spielen Wimdu in die Karten. Es ist ein

Fakt, dass immer mehr Menschen Privatunterkünfte aus genannten Gründen bevorzugen. Darauf wollen wir mit diesem TV-Spot noch einmal mit deutlich mehr Nachdruck hinweisen Die Menschen sollen verstehen, dass sie sich bei besserer Qualität sogar noch einiges an Geld sparen können.“

Studie: bis 2016 verlieren Hotels bis zu 10 Prozent an FerienwohnungenUntermauert wird

diese Entwicklung auch durch eine aktuelle Studie der Boston University. Laut dieser kann man bei gleichbleibendem Wachstum bis 2016 mit einer Reduktion der Hotel-Einnahmen von bis zu 10 Prozent durch Apartment- und Ferienwohnungsvermietung auf Plattformen wie Wimdu rechnen.

Hier geht's zu den beiden neuen TV-Spots von Wimdu:

Variante Familie: <http://youtu.be/mPTrxBydypE>

Variante Geschäftsreisende: http://youtu.be/B6BcC3Nd_kM

Über Wimdu:

Wimdu ist Europas größtes Portal für City Apartments. Für Gäste stehen über 300.000 qualitätsgeprüfte Unterkünfte in mehr als 150 Ländern zur Auswahl. Wimdu ist eine der führenden Adressen für authentische Unterkünfte weltweit und hat sich als komfortable und preiswerte Hotel-Alternative insbesondere in Städten etabliert. Privatvermieter können kostenlos ihre Unterkunft auf www.wimdu.de inserieren und so mit ungenutztem Wohnraum Geld hinzuverdienen. Die Qualität der Plattform wurde im November 2013 vom TÜV Saarland mit der Top-Bewertung von 1,8 bestätigt. Wimdu wurde 2011 gegründet und konnte allein im ersten Quartal 2015 seinen Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 34 Prozent steigern. Seit Januar 2015 wird Wimdu von den Geschäftsführern Arne Kahlke und Sören Kress geleitet. Die Investoren Rocket Internet und Kinnevik unterstützten Wimdu in der vergangenen Finanzierungsrunde mit 90 Millionen US-Dollar. Erst im Februar 2015 stieg dazu noch die italienische Mediaset-Gruppe bei Wimdu ein.



BILDER





PRESSEKONTAKTE



Bernhard Holzer

SENIOR COMMUNICATIONS MANAGER

bernhard.holzer@rckt.com